

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ**

До захисту допущено:
Завідувач кафедри
_____Лисенко Гелена Людвигівна
«__» _____20__р.

Дипломна робота
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Германські мови та література
(переклад включно), перша – німецька»
спеціальності 035 «Філологія»
на тему: «Текстуальні особливості німецькомовних коротких текстів (у
перекладацькому аспекті)»

Виконала:
студентка IV курсу, групи ЛН-61
Бережняк Валентина Юріївна _____

Керівник:
канд. філол. наук, доц.
Беззубова Олена Олександрівна _____

Консультант: _____

Рецензент:
доцент, к. пед. н.
Тікан Яна Гаврилівна _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших
авторів без відповідних посилань.
Студентка _____

Київ – 2020 року

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 035 «Філологія»

Освітньо-професійна програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – німецька»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____Лисенко Гелена Людвигівна

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студенту

Бережняк Валентині Юрївні

1. Тема роботи «Текстуальні особливості німецькомовних коротких текстів (у перекладацькому аспекті)», керівник роботи Беззубова Олена Олександрівна кандидат філологічних наук, доцент, затверджені наказом по університету від «___» _____ 20__ р. № _____

2. Термін подання студентом роботи 1.06.2020

3. Дослідження коротких текстів, вивчення їхніх текстуальних особливостей, перекладу з німецької українською та аналізу труднощів, що виникають підчас перекладу.

4. Зміст роботи складається зі вступу, трьох розділів з висновками до них, загальних висновків, Zusammenfassung та списку використаних джерел.

5. Джерелами ілюстративного матеріалу є 52 короткі новини, 1 таблиця, 2 діаграми, 5 рисунків.

6. Дата видачі завдання 17.02.2020

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Подання теоретичної частини роботи на перевірку науковому керівнику	23.03.2020	
2.	Подання практичної частини роботи на перевірку науковому керівнику	04.05.2020	
3.	Подання дипломної роботи на перевірку на плагіат	26.05.2020	
4.	Подання дипломної роботи на рецензування	01.06.2020	

Студентка

Бережняк Валентина Юріївна

Керівник

Беззубова Олена Олександрівна

ЗМІСТ

Abstract	5
Вступ	6
1 ПОНЯТТЯ ТЕКСТ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ	10
1.1 Текст. Стилїстика тексту.....	12
1.2 Поняття медіатекст	17
1.3 Поняття короткий текст та його особливості.....	22
Висновки до 1-го розділу	27
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТУАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОРОТКИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ НОВИН.....	29
2.1 Порівняльний аналіз Twitter-новин та коротких новин інформаційного сайту N-TV.de	30
2.2 Текстуальні особливості коротких політичних Twitter-повідомлень	34
Висновки до 2-го розділу	40
3 ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПОЛІТИЧНИХ НОВИН.....	41
3.1 Граматичні складнощі перекладу.....	42
3.2 Лексичні особливості перекладу	44
3.3 Художні тропи.....	48
Висновки до 3-го розділу	52
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	53
ZUSAMMENFASUNG.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57

Abstract

Berezhnyak V.Y. Textliche Merkmale deutscher Kurztexte (im Übersetzungsaspekt)

Nationale Technische Universität der Ukraine «Igor Sikorsky Kiewer Polytechnisches Institut», Kyiv, 2020.

Das moderne Leben ist ohne Internet und elektronische Massenkommunikation nicht mehr wegzudenken. Online-Nachrichten sind Gegenstand von vielen geisteswissenschaftlichen Studien. Zahlreiche Messenger und soziale Netzwerke Twitter, Facebook, Instagram ist ein Raum für kurze Textnachrichten. Zunehmend werden soziale Netzwerke für die Massenkommunikation genutzt. Folglich werden kurze Texte zu einem wirksamen Mittel, um Gedanken vom Autor an die Öffentlichkeit zu übermitteln.

Die Relevanz des Themas der Arbeit aufgrund des mangelnden Studiums kurzer Texte, ihrer spezifischen Struktur und ihrer kompositorischen Merkmale. Der Internetkurs, aus dem Medientexte hervorgingen, ist zu einem integralen Bestandteil des modernen Lebens geworden. Kurze Medientexte haben eine gewisse Informationsbelastung, sind klar strukturiert und umfangreich. Der Text ist kurz und präzise geschrieben.

Die Texte von Kurznachrichten müssen einer klaren Struktur entsprechen. Der Text wird schriftlich oder mündlich in kurzer und präziser Form verfasst. Die kommunikative und pragmatische Aufgabe von Kurztexten ergibt sich aus der kompositorischen und strukturellen Gliederung deutschsprachiger Kurztexte.

Der Gegenstand der Arbeit sind die Texte deutschsprachiger Kurznachrichten aus dem sozialen Netzwerk Twitter, die textlichen Merkmale der Kurzmeldungen und die Übersetzungsschwierigkeiten.

Die praktische Bedeutung der Arbeit besteht in der Analyse kurzer politischer Nachrichten. Wir können aus den Ergebnissen der Arbeit schließen, welche Übersetzungstransformationen genau bei der Übersetzung von kurzen Texten im publizistischen Stil anzuwenden sind.

Die theoretische Bedeutung besteht in der Analyse kurzer Texte im journalistischen Stil und in der Hervorhebung ihrer textlichen Merkmale (unter dem Aspekt der Übersetzung).

Wir recherchierten und verglichen Twitter-Nachrichten und Notizen von der Nachrichtenseite. Die kurzen Texte wiesen sowohl Gemeinsamkeiten als auch Besonderheiten auf. Was sie gemeinsam haben, ist der Gebrauch der direkten Rede. Doch auf Twitter werden sie auch häufiger durch indirekte Rede ersetzt, um die Textmenge zu reduzieren. Die Unterschiede liegen im Fehlen einer Twitter-Überschrift und in der unterschiedlichen Anzahl von Sätzen und Wörtern in den Texten.

Bei der Analyse der Twitter-Nachrichten auf den Seiten Der Spiegel Politik und Zeit Online Politik wurden die folgenden textlichen Merkmale hervorgehoben, die bei der Übersetzung berücksichtigt werden sollten:

1. die syntagmatische Zeichnung basiert auf Verbwörtern;
2. eine große Anzahl von stabilen Wortkombinationen;
3. Kunstpfade;
4. mizhtextuelle Verbindungen (Hypertext)
5. die Verwendung von Hashtags und Links zu Personen.

ВСТУП

У сучасному інформаційному столітті комунікація відіграє велику роль. Великий потік інформації зумовлює збільшення кількості текстів та коротких текстів, які вирізняються інформативністю, демонструючи тенденцію до економії мовних зусиль. Численні месенджери та соціальні мережі Twitter, Facebook, Instagram є простором функціонування коротких текстових повідомлень. Все частіше соціальні мережі використовують для здійснення масової комунікації. А отже, короткі тексти стають ефективним засобом передачі думок від автора до загалу.

Дипломна робота присвячена дослідженню коротких німецькомовних новин, вивченню їхній текстуальних особливостей, їхньому перекладу з німецької українською та аналізу труднощів, що виникають при перекладі.

Актуальність теми роботи зумовлена недостатньою вивченістю коротких текстів, їхньої специфічної будови та їхніх композиційних особливостей. Інтернет-дискурс, який породив медіатексти, перетворився на невід’ємну складову сучасного життя. Короткі медіатексти мають певне інформаційне навантаження, при цьому повинні відповідати чіткій структурі та обсягу. Текст формується коротко й точно в письмовій формі.

Тексти коротких новин у світовій мережі є предметом вивчення багатьох гуманітарних наук. Для перекладознавства новинний інтернет-дискурс – актуальна проблема для дослідження, оскільки сторінки закордонних агенцій новин мають бути доступними всім користувачам їхньою рідною мовою. Таким чином, інформаційний потік необхідно аналізувати в різних аспектах: синтаксичному, семантичному, прагматичному. Синтаксичний аспект стосується ваємозв’язку між різними елементами інформаційного потоку, їх будови. Семантичний – регулює та встановлює правила інрепритації різних сегментів потоку, а прагматичний – аналізує та визначає наскільки елемент є корисним для реципієнта.

Об'єктом дослідження є короткі німецькомовні політичні новини соціальної мережі Twitter, які ми розглядаємо як медіатексти, а **предметом** – текстуальні особливості політичних коротких медіатекстів та проблеми їх перекладу з німецької мови українською.

Матеріалом дослідження слугували тексти, обрані з Twitter сторінок німецькомовних інформаційних агентств Zeit https://twitter.com/zeitonline_pol та Spiegel https://twitter.com/SPIEGEL_Politik, та сайту NTV <https://www.ntv.de/ticker/> політичної тематики в період з 2018 по 2020 рр. та їхні переклади, виконані за допомогою онлайн-перекладачів Google Translate. У роботі аналізуються помилки в текстах перекладу та порівнюється його якість.

Методи дослідження:

1. Дистрибутивний аналіз полягає в дослідженні мови на основі окремих одиниць тексту; класифікація мовних одиниць, дослідження їх властивостей в контексті, поміж інших мовних одиниць. Кожен мовний елемент має своє специфічне оточення і на основі цього можна докладно вивчити певний елемент короткого медіатексту, особливості його вживання та значення.
2. Описовий метод дослідження полягає у виділенні та аналізі певних мовних одиниць з подальшою класифікацією виділених одиниць.
3. Порівняльний метод полягає в аналізі машинного перекладу та зіставлення з якістю зробленого перекладу.

За допомогою цих методів під час дослідженні мовних одиниць можна зрозуміти властивості, внутрішні особливості мовної одиниці

Новизна роботи полягає у вивченні та аналізі текстуальних особливостей політичних Twitter-новин та їх адекватного перекладу, який передає закладене в повідомленні прагматичне значення.

Практична значущість роботи полягає в аналізі коротких політичних новин. Із результатів роботи можна зробити висновок, які саме перекладацькі трансформації застосовувати при перекладі коротких текстів, публіцистичного стилю.

Теоретична значущість полягає в аналізі коротких текстів публіцистичного стилю та виділенні їх текстуальних особливостей (у перекладацькому аспекті).

Апробацію результатів представленої роботи оприлюднено в науковому журналі «Молодий вчений» (№5 (81) травень 2020), у статті висвітлено деякі положення роботи.

Структура роботи: робота складається з апробації, вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, die Zusammenfassung, списку використаних джерел (найменування). Список джерел використаної літератури займає 4 сторінки. Загальний обсяг дипломної роботи становить 60 сторінок.

1 ПОНЯТТЯ ТЕКСТ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Інформаційна епоха здійснює все більший вплив на розвиток суспільства, культуру та мову. Глобалізація дає поштовх розвитку новітнім технологіям та винайденню різних засобів комунікації, що обумовлює трансформацію комунікативної діяльності, яка набуває різних форм. Кожна форма має свої особливості та вимагає дотримання певних правил.

Спілкування є основною соціальною потребою людини. Традиційно спілкування відбувається за допомогою мови, проте комунікація може бути невербальною або парамовленнєвою. У зв'язку з розвитком медіа комунікація набуває глобального масштабу. Термін «комунікація» (лат. «communicatio» роблю загальним, пов'язую») виник у науковій літературі на початку XX століття. На сьогодні комунікація інтерпретується як:

1. засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу;
2. спілкування – передача інформації від людини до людини;
3. передача та обмін інформацією в суспільстві з метою впливу на нього [21, с. 4].

Масова комунікація, яка трактується як процес не тільки зв'язку, а й передачі інформації, за допомогою соціальних мереж, великій кількості людей. Основними ознаками цього процесу є :

- масовість аудиторії;
- гетерогенність;
- використання високошвидкісних і репродукційних засобів зв'язку та інформації;
- швидке розповсюдження повідомлень;
- відносно невелика споживча вартість одержуваної інформації. [15]

ЗМІ перетворилися на неформальні джерела інформування та просвітництва для різних категорій населення, сприяючи формуванню їхніх

ціннісних орієнтацій в різних аспектах життя. Роль мас-медіа особливо зростає в періоди соціальних, політичних чи економічних перетворень. Задля отримання об'єктивного погляду на ту чи іншу подію, люди використовують різні інформаційні джерела та порівнюють інформацію.

Соціальні мережі стали найдоступнішим каналом передачі інформації. В них користувачі мають доступ до новин, блогів, підкастів, твітів, вебінарів, систем обміну фото та відеофайлів тощо, що є інструментами масової комунікації. Вони постійно розширюються, наприклад, шляхом створення нових послуг і технологій та спрямовані на задоволення, перш за все, інформаційних потреб реципієнта. Традиційні ЗМІ дедалі частіше звертаються до нових інструментів масової комунікації, зокрема і в соціальних мережах.

В ХХІ столітті людина оточена текстами телебачення, Інтернету, реклами тощо. Процес комунікації відбувається за допомогою текстів. Причому людина вдається до передачі інформації різними засобами: малюнками на скелях, телеграмами, листуванням, написами на біл-бордах, рекламою, СМС повідомленнями та за допомогою Інтернету. Комунікація безпосередньо пов'язана з текстами, адже в них закодована інформація, яку необхідно передати. Це можуть бути різні знаки та символи, які мають смисловий, логічний та граматичний зв'язок. Дослідженням тексту займалися такі науковці, як Жинкіна Н.І., Новікова А.І., Леонтьева А.А., Дридзе Т.М., Пешкова Н.П., Солсо Р. Кінтч В. Дійк Т.А.

Поняття текст існує в мовознавстві вже довгий час, але не має чіткого визначення. Це пояснюється складністю самого поняття, яке відрізняється від інших мовних одиниць. Мовознавці визначають тексти як структурні одиниці вищі, ніж речення чи послідовність речень. Багато науковців дискутують про можливість дати точне визначення тексту. Більшість дослідників, оперуючи терміном „текст”, не дають визначення тексту як універсальної мовної одиниці. М.А.К. Халідей та Р. Хасан позначають текст як «одиницю мови у вжитку». Також підкреслюється помилковість думки

про те, що текст є певним «супер-реченням», тобто є єдиною граматичною одиницею, більшою ніж речення. Було також підкреслено, що текст – це одиниця не формальна, а семантична, смислова [4].

1.1 Текст. Стилїстика тексту

У лїнгвістицї текст розглядають, як результат цїлеспрямованого мовлення, основною особливїстю якого є цїлїснїсть. Кожен текст незалежно вїд його змїсту має загальнї ознаки тексту такї як цїлїснїсть, зв'язнїсть та завершенїсть.

Лїнїйнїсть є характерною ознакою тексту, її їнколи розглядають як послїдовнїсть речень. Саме тому окремї речення, як правило, не сприймаються як тексти, хоча вони, так би мовити, ї з'єднанї мїж собою. Текст вїдрїзняється вїд простої послїдовностї речень тим, що має внутрїшнїй контекст. Контекст, зазвичай, виникає в їнтерпретацїї одержувача. Тому вїн не є об'єктивним, оскїльки послїдовнїсть лїнгвістичних виразїв може виглядати як текст для однїєї людини, але не для їншої.

Ми дотримуємось думки, що «текст – письмово-усна, комунїкативна одиниця, елементи якої – як правило, речення – мають структурно граматичний (зв'язнїсть) ї тематичний (узгодженїсть) зв'язок один з одним. Тексти виконують певну комунїкативну функцїю ї можуть мати мїжтекстових зв'язок з їншими текстами. » [27].

Розрїзняють наступнї види тексту:

1. Монологїчний та дїалогїчний;
2. Уснї та письмовї;
3. Короткї та довгї.

Монологїчнї текст – це текст, поданий вїд першої особи або особи-спостерїгача з боку; також текст, поданий вїд особи неозначеної. Зазвичай це висловлення є констатуючим. З точки зору мови, монологїчне мовлення характеризується структурною завершенїстю речень, повнотою

висловлювання, розгорнутістю фраз. Характерним є складний синтаксис та зв'язність, що насамперед забезпечується гарним володінням мовними засобами.

Основні комунікативні ситуації вживання монологу – публіцистична сфера та сфера театрального мистецтва, ораторські виступи, взаємодія з аудиторією на телебаченні та радіо, педагогічна діяльність (мова вчителя в аудиторії або в класі і т.п.). Монолог часто слугує для передачі думок і почуттів персонажа та часто використовується в публіцистичних статтях, репортажах, новинах, тощо [18].

Наприклад:

«Nach anderthalb Jahren politischer Lähmung hat Israel eine neue Regierung. 73 von 120 Abgeordneten stimmten in einem Vertrauensvotum für die neue Koalition. Zunächst wird Likud-Parteichef Benjamin Netanyahu für eineinhalb Jahre Regierungschef, danach soll ihn Benny Gantz vom Mitte-Bündnis Blau-Weiß ablösen. Die beiden Politiker hatten nach monatelangen erfolglosen Verhandlungen diese Rotation im Amt des Ministerpräsidenten vereinbart.

Der Ex-Militärchef Gantz wird zunächst Verteidigungsminister. Jariv Levin von der rechtskonservativen Likud-Partei wurde zum neuen Parlamentspräsidenten gewählt...» (17.05.2020, Der Spiegel Online) (1)

Діалогічне ж мовлення передбачає розмову двох або більше осіб. Діалогічний текст, як правило, представлений як сполучення реплік, які належать різним особам. Основою діалогу є діалогічна єдність: вираження думок та їх сприйняття, реакція на них, що знаходить відображення у структурі акту мовлення. Наприклад, в Twitter діалоги можуть зустрічатись, як реакція на вихідний тест, це можна вважати специфічним діалогом:

Текст: *«Friedrich #Merz sieht das geplante #Rettungspaket von 500 Milliarden Euro, das #Merkel und #Macron für die #EU vorgeschlagen haben, skeptisch. Er warnt vor einer europäischen Transferunion.»*

Коментар: *«Angela Merkel @AMerkel_GER*

Joa richtig, Transfer vom Steuerzahler an Unternehmen bewertet er aber anders...» (21.05.20, ZEIT ONLINE Politik)(2)

За способом реалізації тексти розподіляють на письмові та усні. Писемне мовлення – це один зі засіб спілкування людей. За допомогою писемної мови інформація передаються від покоління до покоління. Для писемного мовлення характерним є монологічність, лексичні й стилістичні особливості, відповідна граматична структура [2].

Писемне мовлення базується на усному і є вторинним. Характерною ознакою письмового мовлення є точніший добір лексики, можливе вживання різного роду термінів, професійної та загальноновживаної лексики та навпаки не типовим є вживання не літературної мови, лайливих слів та жаргону.

Що стосується діалектної лексики, то в писемному мовленні використовують лише ті слова, які є важливими для передачі реалій тієї чи іншої країни. У писемному мовленні використовуються найчастіше складні речення різних форм: сурядності чи підрядності, відокремлення, вставні слова тощо. Одиницею писемного мовлення є текст, який поділяють на абзаци, що логічно пов'язані один з одним. Форма викладу залежить безпосередньо від стилю. Художній текст відрізняється від ділового, публіцистичний від церковного і т.д.

В усному мовленні широко використовуються додаткові засоби висловлення: інтонація, жести, що надають відтінок переконливості та емоційності. Звичайна сфера застосування усного мовлення – бесіда, розмова. Усне мовлення кожної людини свідчить про рівень її освіченості, культури [2]. В письмовому мовленні інтонація передається за допомогою пунктограм, вживання розділових знаків (крапка, кома, двокрапка, тире, тощо). За допомогою них можна виражати завершеність думки, причинно-наслідкові відносини, паузи, підвищення та спад голосу. Наприклад: *«Umgang mit den neuen Corona-Wutbürgern: Kretschmer oder Kretschmann - wer macht es richtig?»* (18.05.2020, Spiegel Politik)(3)

У лінгвістиці тексту існують чітко визначені типи та види текстів. Найчіткішою та найбільшою типологією можна вважати – функціонально-стилістичну. Всі тексти можна класифікувати, враховуючи різні аспекти., зокрема зміст, лексичне наповнення, сферу вживання, цільову аудиторію та інше.

Рольф Айхенвальд класифікував тексти за їх сферою використання, розподіливши їх на:

1. Газетні тексти (звістка, повідомлення, передова стаття, коментар);
2. Економічні тексти (газети на економічну тематику, окрема рубрика в журналі);
3. Політичні тексти (політична промова, резолюція, прокламація, памфлет);
4. Юридичні тексти (законодавчі тексти, вирок, адвокатські листи, судові вироки, договори);
5. Наукові тексти (наукова стаття, дисертація, монографія) [35].

Ця класифікація базується на комунікативному функціонуванні текстів, тобто головна їхня ціль досягти абсолютного порозуміння з адресатом.

Німецький дослідник Бербель Тетмайер займався дослідження розмовної мови і створив наступну класифікацію розмов :

1. Розмови в економічній сфері.
2. Розмови у сфері освіти.
3. Розмови у сфері юриспруденції.
4. Розмови у сфері науки.
5. Розмови у ЗМІ.
6. Розмови у межах громадських організацій.
7. Розмови у сім'ї [26].

На нашу думку, поділ мови на стилі був зумовлений історичним розвитком. Адже під час становлення літературної мови частина засобів та слів набули іншого або виразного значення. Вони надзвичайно сильно відрізнялись від нейтральних слів та поступово почали вживатись в певних

ситуаціях. Також з'явилась потреба в вузькоспеціальній лексиці, специфічних термінах, і як наслідок науковцям необхідно було показати сферу їх вживання. Так і виник термін функціональний стиль.

Австрійсько-радянська лінгвістка Еліза Різель виділяє 5 функціональних стилів :

1. Розмовний
2. Науковий
3. Художній
4. Офіційно-діловий
5. Публіцистичний [22].

Функціональна стилістика вивчає різноманітні питання пов'язані з функціональними стилями, їх класифікацією, зокрема:

1. Завдання і цілі комунікації (наприклад, неофіційна комунікація, ініціювання, поширення знань і т.д.);
2. Ставлення до предмета повідомлення (фактичне, суб'єктивне і т.д.);
3. Канал зв'язку (усний / письмовий);
4. Тип зв'язку (монолог / діалог);
5. Соціальна база (наукові установи, типові учасники);
6. Використання певної лексики (термінів, фактичних термінів, реалій, іноземних слів, фразеологізмів);
7. Граматичні особливості (номінальні або словесні конструкції, структура, використання кліше, громіздкі речення).

Отже, кожен текст має певні ознаки, які дозволяють класифікувати його та точно визначити його функціональний стиль. Для цього треба проаналізувати текст та врахувати зміст та лексичне наповнення тексту, граматичні особливості, сферу вживання, цільову аудиторію, цілі комунікації, канал та тип зв'язку.

1.2 Поняття медіатекст

Кожен текст відноситься до одного з п'яти функціональних стилів. В дослідженнях публіцистичного стилю виділяється поняття «медіатекст», що споріднене з такими поняттями, як публіцистичний текст, гіпертекст, телетекст, радіотекст, мережевий текст. У перекладі з латинської «media», «medium» – засіб, спосіб, що дає змогу називати медіатекстом будь-який носій інформації, з-поміж яких традиційні книги та сучасні феномени технічного прогресу. Проблема визначення терміна «медійний текст» виникає на перетині різних лінгвістичних напрямів та течій: лінгвістики тексту, психолінгвістики, граматики, й медіалінгвістики. Всі вони мають різні підходи до вивчення текстів. Важливо наголосити, що поняття тексти ЗМІ, новини, тексти по зв'язках з громадськістю, тексти для Інтернету, журналістські тексти, тексти для преси, телетекст, розглядається як паралельні та взаємозамінні явища.

Медіатексти фіксують реальні події, мінливий соціальний та культурний простір, надають їм додатковий інформативний, а іноді об'єктивний чи суб'єктивний зміст. Одержувач інформації повинен самостійно інтерпретувати всі нові тексти та обрати джерела інформації. Якщо споживач не медіаграмотний, не орієнтується у виборі інформаційних джерел та не відрізняє перевірені та надійні ЗМІ від «жовтої преси», то він може зазнати труднощів у сприйнятті та засвоєнні інформації.

Обсяг і повнота інформації при створенні таких текстів збільшується шляхом синхронізації різних текстових структур в межах одного медійного тексту. Сучасні медійні висловлювання, засновані на новій системі знаків, яка враховує різні види сприйняття – візуальні, вербальні, символічні. Саме це викликає в одержувача, в процесі декодування інформації, особливе «бачення» раціональності й емоційності в засобах, які використовуються для інтерпретації інформації. За Е. Різель стиль журналістики та преси охоплює різні медіатексти: газетні репортажі, нариси, коментарі, огляди тощо, але

науковець вважає, що усні і письмові тексти політичної агітації необхідно розглядати, як приклади власного функціонального стилю в силу їхньої «привабливості».

У нашій роботі ми аналізуємо короткі політичні тексти, які ми розглядаємо, як медіатексти, котрі використовують великі інформаційні агентства по всьому світу. Великі інформаційні агентства (в тому числі німецьке Прес-агентство Deutsche Presse-Agentur GmbH) повідомляють в Німеччині про поточні події у світі. Новини часто містять займають лише кілька рядків. Редакції газет беруть за основу репортажі й перетворюють їх в новини (в одну колонку) або репортаж (в кілька колонок). Деякі редакції, які не можуть дозволити собі власних кореспондентів, з метою економії грошей і часу подають інформацію у вигляді невеликої замітки [35]. Ці види кореспонденції істотно відрізняються один від одного.

Замітка або коротке повідомлення є одним з найстаріших, універсальних і водночас найскладніших медіатекстів. Цей вид медіатексту відносять до інформаційного класу медійних текстів. У німецькій фаховій літературі за ним закріпилася назва нім. Meldung або kurze Nachricht. Під заміткою розуміють найоперативнішу і найпростішу форму повідомлення у ЗМІ про об'єктивні події, факти, явища реального життя з метою найелементарнішого пізнання навколишнього світу.

Замітка або повідомлення є лаконічною, містить тільки актуальну інформацію. За обсягом містить декілька рядків. І при цьому є популярним в соціальних мережах. Наприклад, повідомлення про карантинні заходи в Австрії через ситуацію пандемії:

«Coronavirus-Krise: Österreich im "Notbetrieb" In Österreich bleiben ab Dienstag auch alle Restaurants geschlossen. Außerdem werden alle Versammlungen auf Zeit gänzlich untersagt. Österreich müsse "auf Notbetrieb" heruntergefahren werden, sagte Kanzler Kurz.» (15.03.2020 Tagesschau.de) (4)

Замітка містить центральну інформацію в декількох рядках, іноді навіть в одному реченні. У тексті можна знайти відповіді на центральні

питання, так звані W-питання: Хто бере участь? Що трапилося? Коли це сталося? Де це сталося? І якщо іноді – Як це сталося? [29]. Наприклад: хто бере участь? Федеративні землі. Що трапилось? Відкриття ресторанів. Коли це трапилось? В п'ятницю. Де це сталося? В Берліна, Бранденбурзі, Гессені, Саксонії й Тюрингії.

«In vielen Bundesländern öffnen wieder Restaurants

Nach Lockerungen etwa in Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen können nun auch Restaurants in anderen Bundesländern wieder Gäste an Tischen bedienen. Berlin, Brandenburg, Hessen, Sachsen und Thüringen haben die Verbote für die Bewirtung am Freitag aufgehoben, die zum Schutz gegen das Coronavirus angeordnet worden waren.» (15.05.2019, Ntv) (5)

Новина – у німецькій фаховій літературі за ним закріпилася назва нім. der Bericht. Містить важливу та цікаву інформацію. Важливою ознакою є наявність причин та наслідків подій, про яку йдеться. Обсяг – залежить від автора, але не більше однієї колонки. Зазвичай публікуються на сторінках онлайн газет та журналів, іноді в соц. мережах. Наприклад, новина про дорожньо-транспортну пригоду в Айфелі за участі 64-річного водія та 69-річного власника будинку:

«In einer Küche - und fast vor den Füßen des Hausbesitzers - ist ein Auto in der Eifel nach kurzer Irrfahrt gelandet. Der 64-jährige Fahrer des Wagens war ersten Ermittlungen zufolge am Morgen in Aach-Hohensonne auf einer abschüssigen Straße unterwegs und wollte eigentlich nach rechts abbiegen. Stattdessen fuhr er aber aus bislang ungeklärten Gründen weiter geradeaus, wie die Polizei mitteilte.

Der Wagen überfuhr demnach einen Gartenzaun und durchbrach mit dem Vorderteil die Wand des Einfamilienhauses - an der Stelle, an der sich die Küche befindet. Dort war der 69 Jahre alte Hausherr nach Polizeiangaben gerade dabei, Kaffee zu kochen.

Glücklicherweise sei der Mann lediglich von kleineren Trümmerteilen leicht am Bein getroffen worden, eine ärztliche Behandlung bei ihm sei nicht nötig

gewesen, hieß es. Der Sachschaden dürfte sich nach Polizeiangaben auf annähernd 90.000 Euro belaufen. Die Statik des Hauses sei nach ersten Untersuchungen zwar nicht betroffen, doch seien die Außenwand und die Möbel stark beschädigt worden.» (23.01.2020, Der Spiegel) (6)

Головною характеристикою повідомлення є його лаконічність. Це означає: він сконцентований тільки на одній події та стислий. Текст – інформативний, зрозумілим та легко запам'ятовується.

Повідомлення є одним з найважливіших інформаційних текстів з об'єктивною точкою зору. В ньому теж розкриті W-питання. Але також є відповіді на питання: Чому? Які можуть бути наслідки? Звідки інформація? Наприклад: Чому? Через перегляд фільму. Які можуть бути наслідки? Водій повинен заплатити штраф у розмірі 150 €. Звідки інформація? Як відомо з поліцейського рапорту.

«In Rheinland-Pfalz hat die Polizei am Mittwochabend einen Lkw-Fahrer gestoppt, der über eine lange Strecke Schlangenlinien fuhr. Bei der Kontrolle fanden die Beamten auch schnell die Ursache: Der Fahrer hatte auf einer Bundesstraße bei Birkweiler auf seinem Tablet einen Erotikfilm geguckt.

Davon war er laut Polizeibericht "fahrtechnisch abgelenkt, wie er selbst reumütig zugab". Der Lkw-Fahrer musste wegen der Benutzung eines elektronischen Geräts während der Fahrt ein Bußgeld in Höhe von 150 Euro zahlen.» (05.12.2019, Der Spiegel) (7) [36]

Повідомлення вимагає дуже високого ступеня об'єктивності викладу. З цієї причини автор повинен ретельно дослідити і точно назвати джерела інформації.

Репортаж (нім. die Reportage) – жанр публіцистики, для якого є характерним опис подій не тільки об'єктивно, але й суб'єктивно. Як наслідок, репортажі є досить великі за обсягом – приблизно дві колонки та публікуються в журналах та газетах. На відміну від заміток та новин, репортаж містить додаткову інформацію [35]. Наприклад, репортаж про

наслідки фальшивих репортажів, написаних редактором журналу «Spiegel» Клаасом Релотіусом:

« "Spiegel" - Chefs lassen ihre Verträge ruhen

Der "Spiegel" zieht personelle Konsequenzen aus dem Fall Relotius: Die neuen Verträge von Ullrich Fichtner und Matthias Geyer werden zunächst ausgesetzt.

Als Folge aus dem Fall der gefälschten Reportagen von Spiegel-Redakteur Claas Relotius werden Chefredakteur Ullrich Fichtner und der Ressortleiter und designierte Blattmacher Matthias Geyer ihre Verträge ruhen lassen. Das schrieb der künftige Chefredakteur Steffen Klusmann an diesem Freitagabend seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in einer E-Mail, die ZEIT ONLINE in Auszügen vorliegt.

"Der Fall Relotius hat bei einigen die Frage aufgeworfen, ob Ullrich Fichtner als Chefredakteur und Matthias Geyer als Blattmacher nach einem solchen Desaster eigentlich noch tragbar sind", schreibt Klusmann. "Der eine hat Claas Relotius für den SPIEGEL entdeckt, der andere hat ihn fest angestellt und bis zuletzt geführt. So mancher hat mir geraten, das Gesellschaftsressort bei der Gelegenheit gleich ganz aufzulösen."

Dazu würde er gerne ein paar Sätze loswerden, schreibt Klusmann. Das Gesellschaftsressort gehöre für ihn zum Spiegel und schmücke ihn, man könne jedoch über andere Formate nachdenken. "Niemand zwingt uns, dort ausschließlich 5- bis 7-seitige Reportagen zu drucken."

Fall Relotius "zu groß und zu gefährlich"

Fichtner und Geyer hätten ihm beide angeboten, ihre Posten zur Verfügung zu stellen, falls er das für nötig erachte. "Ich finde allerdings, Verantwortung sollte man dann übernehmen, wenn man sich etwas vorzuwerfen hat", schreibt Klusmann. Fichtner habe die Bedenken von Juan Moreno ernst genommen "und er hat in seinem Stück zu dem Fall die Hosen runtergelassen. Auch wenn es unterschiedliche Meinungen über das angemessene Format des Textes gibt – es war ein erster und entscheidender Beitrag zur Aufklärung".

Klusmann wolle den Fall Relotius jedoch nicht leichtfertig abtun, "dafür ist er zu groß und zu gefährlich". Und er sei noch lange nicht ausgestanden. "Ich habe daher mit Matthias und Ullrich verabredet, dass wir ihre neuen Verträge erstmal aussetzen und ruhen lassen, bis die Kommission den Fall abschließend untersucht hat. Solange würde ich zwei erfahrene Kollegen bitten, als Blattmacher beim Heft auszuhelfen, damit nichts anbrennt."

Der 33-jährige Claas Relotius hatte zugegeben, als Spiegel-Redakteur jahrelang Reportagen in Teilen oder im Ganzen erfunden zu haben. Der Fall hat eine Debatte über das Genre der Reportage ausgelöst.

Claas Relotius hat in der Zeit von 2010 bis 2012 auch fünf Beiträge für ZEIT ONLINE sowie einen Artikel für ZEIT WISSEN geschrieben. Die Redaktionen überprüfen derzeit diese Beiträge. Unseren bisherigen Wissensstand dazu finden Sie in unserem Transparenz-Blog Glashaus.» (28. Dezember 2018, ZEIT ONLINE) (8)

Отже, існують різні медіатексти: замітки, новини та репортажі. Всі вони мають стилістичні та текстуальні особливості. Тексти коротких політичних заміток та повідомлень публіцистичного стилю виконують інформативну функцію та функцію впливу. Вони містять багато інформації, яка виражена різними мовними засобами, які є цікавими для подальшого дослідження.

1.3 Поняття короткий текст та його особливості

Тексти малого формату є найбільш яскравим прикладом тексту, уособлюючи в собі головні ознаки тексту, концентруючи найбільшу кількість загальних рис та характеристик. Текст малого формату має наступні особливості:

- відокремленість;
- інтертекстуальність;

- особлива прагматична функціональність;
- формальна та семантична самодостатність;
- тематична визначеність та завершеність.

Короткий текст – це текст, який має самодостатню зв’язну змістовну єдність, в якій чітко виражені початок та кінець, чітко простежуються текстові категорії і, яка мінімально може бути виражена одним реченням, максимально не повинна перевищувати стандартну сторінку друкованого аркушу [12].

До коротких текстів відносять замітки та новини в газетах, рекламу, оголошення, афоризми, повідомлення в блогах, Twitter- та Facebook-повідомлення, навіть нетипові малоформатні казки, головною ознакою яких є стислість.

З метою виявлення властивостей, характерних для різноманітних коротких текстів К. А. Нечаєв розглядає їх змістово-композиційну структуру. Вчений вважає, що розкриття тематичного ядра тексту залежить від комунікативної установки адресата; семантична структура будь-якого тексту має кількісні обмеження, до яких належать, в першу чергу, мінімум інформації. Для цього вчений використовує поняття інформативної валентності, під якою розуміється «потенційний можливий об’єм змісту тексту, частково визначений до його породження» [13].

Нині існує два типи мовної варіабельності: внутрішній і зовнішній. При цьому внутрішня варіація - це вибір лінгвістичних засобів, а зовнішня варіація проявляється у позамовних і іконографічних засобах (малюнок, фотографія, таблиця, схема, малюнок, карикатура). Комунікативна мета при організації текстів завжди вказується, тому вони прагматично орієнтовані. Кожен свідомо написаний текст повинен бути вмотивований і орієнтований на мету.

Визначення та опис функцій мови зараз стає неможливим без чіткого визначення функцій тексту. Тому при вивченні певного типу функцій текстів

необхідно спиратися на розуміння функцій мови. Текстова функція завжди має певну мету і є вказівкою для реципієнтів, завдяки якій може бути досягнуто адекватне декодування мовлення [14].

Під функцією тексту розуміється комунікативне завдання, яке виконується конкретним мовцем, у певному соціумі, реалізоване в тексті та підтверджує текстовий намір адресанта, спрямований на встановлення зв'язку між комунікантами. Завдання адресанта полягає в досягненні ефективності тексту, компонентами якого є інформативність, новизна, читабельність, цінність, цілісність, доступність, а також переконливість [16].

Короткі тексти у повсякденному житті користуються найбільшою популярністю. Вони цікаві для реципієнта та впливають на нього та є доступними для всіх. Кількість комунікативних функцій, які виконують короткі тексти, може бути різною. Як правило, число функцій коливається від 4 до 8 [13]. У своєму дослідженні О.І. Тоюпова виділяє дві основні функції, а саме: інформативну та соціально-регуляторну, поєднуючи лаконізм та стислість викладу [16].

Інформативна функція характерна для новин та Twitter-повідомлень — вони передають в інформацію про подію, предмет, явище, послугу чи особистість.

Соціально-регуляторна функція переважає в листуванні, блогах, афоризмах, вони проявляються в оптимізації процесів адаптації людей в соціумі, іншому середовищі.

У короткому тексті інформація відіграє чималу роль, та є різною за призначенням. Основною задачею будь-якого тексту є виконати вимоги, які поставив перед собою автор. Зазвичай це характерне для новин, оголошень та Twitter чи Facebook-повідомлень. Ці тексти мають різне мовленнєве оформлення. Для таких текстів характерним є вживання емоційної та експресивної лексики, що засвідчує небайдужість чи то закликає до чогось. Не можна обійтися і без слів іншомовного походження й інтернаціоналізмів, бо вони входять до складу словосполучень, які виражають ключові поняття

суспільного життя. Таке мовлення інформативно насичене і комунікативно спрямоване. Воно також неодмінно характеризується новизною проблематики та її суспільною актуальністю [6].

Головне завдання короткого тексту – реалізувати поставлені вимоги – головним чином, пробудити інтерес, викликати довіру, пробудити бажання і часто навіть спонукати до дії [8]. Мова коротких текстів як і газетно-публіцистичний стиль є емоційно навантаженою, мовлення характеризується відвертістю; складається з художньо-графічних і вербальних компонентів.

Таким чином, короткі німецькомовні тексти є особливо цікавими для лінгвістичного дослідження, тому що в досить обмеженому текстовому просторі реалізуються різноманітні способи передачі інформації. Автор використовує мовні засоби, в певних комунікативних ситуаціях, для досягнення інтенції.

У ході дослідження було опрацьовано близько 50 текстів коротких новин та було виділено характерні особливості для цього типу текстів.

Короткий текст – стислим за формою, але інформаційно насиченим; у ньому зображатися одна подія або об'єкт. Оскільки текст складається з невеликої кількості речень він є «легким» для запам'ятовування. Одним з важливих складових елементів короткого тексту є заголовок.

Більшість дослідників зазначають, що основні вимоги до заголовків це: змістовність, зрозумілість та інформативність. А. О. Негришев, С. З. Ібрагімова визначають заголовок як елемент «мовної гри» у медіатексті [7,17].

Сучасні журналісти використовують синтаксичні знаки, для того аби заголовки були виразнішими. Наприклад, двокрапка робить заголовки більш збалансованим і помітним «*Entscheidung über Saisonabbruch: DFB plant Außerordentlichen Bundestag*»(24.04.2020, Ntv) (9), знак питання – спонукає детальніше розібратись та зрозуміти тему «*Impfstoff erstmal nur für US-Bürger?*» (25.04.2020, Ntv) (10) і три крапка – незавершеність спонукає

читача звернути увагу на цей текст «*Darf man eigentlich hinter dem Steuer eine Maske tragen?*» (26.04.2020, Ntv) (11).

Медіатексти, як правило, містять імпліцитні смисли, які є продуктом когнітивного, прагматичного та стилістичного інструментарію. Важливою вимогою до коротких текстів є максимум інформації та мінімум слів. Заголовки ж мають на меті вразити та зацікавити читача. Найчастіше у них актуалізується тема матеріалу. У лінгвістиці існують дві точки зору на питання визначення статусу заголовка. Перша розглядає заголовок як самостійний елемент системи макротексту ЗМІ, що семантично, прагматично і функціонально пов'язаний з текстом повідомлення, але стоїть поза ним. Відповідно до іншої точки зору заголовок є структурним компонентом тексту повідомлення, що займає в його системі підлегле становище і функціонально її обслуговує [10]. У нашій роботі ми розглядаємо заголовок як складову частину короткого тексту.

Ефективний і дієвий короткий текст, складений за певними правилами і має загальноприйняту структуру, в якій багато дослідників виділяють чотири основні частини, звані також основними вербальними складовими. Для рекламного тексту: слоган, заголовок, основний рекламний текст [20]. Для новин: заголовок, основна інформація та висновок. Однак, вважається, необов'язковою наявність у кожному тексті всіх цих складових. Наявність інших частин визначається видом новини та залежить від деяких інших характеристик: наприклад, цільової аудиторії. Такий поділ структури на складові, вважається, звичайно ж умовним. Більшість Twitter-новин, зазвичай не мають заголовків.

З лексичної точки зору слова, що мають на увазі щось нове або дуже актуальне, збільшують популярність і використовуватися якомога ширше. Серед подібних мовних одиниць можна виділити ті, що містять компонент новизни, а також прогресу або поліпшення, наприклад, такі як: *jetzt* – зараз, *überwältigend* – приголомшливий, *verbessert* – вдосконалений, *revolutionär* – революційний, *ein wichtiger Schritt vorwärts* – важливий крок вперед.

Щодо особливостей німецькомовних коротких текстів, то тут можна виділити такі основні особливості:

- синтаксичні – номінальні конструкції, різноманітні синтаксичні знаки, пряма та непряма мова;
- лексичні – безеквівалентна лексика, зокрема назв компаній та їх продукції, англіцизми, власні назви та імена;
- стилістичні – образність та імпресивність, використання стилістичних прийомів (метафора та метонімія), алюзія.

Висновки до 1-го розділу

Кожен текст незалежно від його змісту має загальні ознаки тексту, як цілісність, зв'язність та завершеність. Існують чітко визначені типи та види текстів. Найчіткішою та найбільшою типологією можна вважати – функціонально-стилістичну. Її й було взято за основу нашого аналізу. У ході роботи над розділом 1 ми розглянули особливості публіцистичних текстів, медіатекстів.

Нами було опрацьовано такі види медіатекстів:

1. замітка або повідомлення — для текстів характерна стислість, опис реальних подій, містить центральну інформацію і декількох рядках, є відповіді на всі W-питання);
2. новина відрізняється від замітки розміром – приблизно одна колонка, інформація детальніша, більша подробиць про подію);
3. репортаж (найбільший за розміром текст журналістського стилю , конкретна інформація розширена за рахунок додаткової, є не тільки об'єктивна, а й суб'єктивна думка).

Та виділено та проілюстровано їхні спільні та відмінні риси. Всі медіатексти описують реальні події, мають відповідати на всі W-питання. Але репортаж відрізняється найбільшим розміром та тим. Що містить

додаткову інформацію й суб'єктивну думку. А замітка відрізняється надзвичайною стислістю.

Нами було досліджено тексти малої форми, їх структуру та лексичне наповнення, засоби якими користуються журналісти під час написання текстів заміток та повідомлень. Основною функцією яких є інформативність.

Заголовок ми розглядаємо як невід'ємну частину короткого тексту. Вони мають спеціальне інформаційне навантаження і, фактично, є темою тексту.

Під час роботи було виявлено наступні особливості характерні для медіатекстів:

- синтаксичні: велика кількість номінальних конструкцій; різноманітні синтаксичні знаки зустрічались не лише в коротких текстах, але й в заголовках до них; пряма та непряма мова використовується не тільки для передачі чужих думок, але й для компресії тексту;
- лексичні: вживання безеквівалентної лексики, зокрема назв компаній та їх продукції, англіцизми, власні назви та імена;
- стилістичні: безліч художніх засобів, образність та імпресивність, метафора та метонімія, алюзія.

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТУАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОРОТКИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ НОВИН

Масова комунікація додає нового значення традиційному визначенню тексту. На відміну від загального визначення тексту як об'єднаної загальним змістом послідовності знаків, текст у масовій комунікації набуває рис об'ємності й багат шаровості. Це відбувається внаслідок поєднання вербальної частини тексту з медійними властивостями того чи іншого засобу масової інформації. Наприклад, на радіо вербальний компонент отримує додаткову виразність за допомогою аудіозасобів — голосових якостей і музичного супроводу, на телебаченні розширюються межі тексту, за допомогою поєднання словесної частини з відеозображенням і звуковим рядом. Так, в пресі ж вербальна частина тексту поєднується з графічною та ілюстративною.

Важливо відзначити, що вербальні та медійні компоненти тексту тісно взаємопов'язані й можуть поєднуватися один з одним на основі різних принципів: доповнення, посилення, ілюстрації, виділення, протиставлення і т.д., утворюючи при цьому певну цілісність, нерозривну єдність, яка і складає сутність поняття «медіатекст».

Отже, медіатекст — це усний або письмовий текст масової інформації та масової комунікації. Ядром медіатексту є конкретна інформація, основою метою якої є впливати й інформувати. Медіатекст відображає мовну особистість журналіста, його світогляд, його інтелектуальний рівень, когнітивні здібності. Як і текст в цілому, медіатекст характеризується логічною повнотою затвердження, комунікаційним наміром і прагматичним підходом. Зображення події в тексті передбачає наявність затексту (та інформація, що так би мовити залишається за кадром), тобто подія описується в тексті часково. Однією з комунікаційних завдань медіатексту є опис тексту очима журналіста. Затекст — це прихована інформація, яка виходить з тексту завдяки асоціативності його одиниць та здатності

розпізнавати сутність висловлених думок. Читачі або глядачі можуть не розуміти сенс, якщо вони не помічають певних сигналів в тексті, якщо вони не помітять у тексті сигналів, що натякають на неявні оцінки автора [23, ст. 149].

Текст як засіб спілкування вимагає, щоб автор слідував певним прагматичним правилам, які повинні відповідати загальному фонду знань — картині світу, тобто має бути компонент змісту, який забезпечує справжню сутність мислення, з тим щоб речення не сприймалося як семантичне аномальне або нерелевантне для певного контексту. Цей компонент змісту залежить не від конкретної мовної одиниці, а від семантичної системи мови загалом [23, ст. 149].

З великої кількості текстів, які розповсюджуються засобами масової інформації, можна чітко виділити різні функціональні та жанрові типи текстів зі стабільними характеристиками на всіх рівнях: на рівні формату, змісту, мови. Типовим для новин, аналітики, рекламних та публіцистичних текстів є наявність певного числа стабільних характеристик.

2.1 Порівняльний аналіз Twitter-новин та коротких новин інформаційного сайту N-TV.de

Масову комунікацію не можливо уявити без використання сучасних технологій, а отже й без всесвітньо відомих соціальних через, таких як Twitter, Facebook та Instagram. Існує тенденція зменшення безпосередніх контактів «людина – людина» з появою віртуального зв'язку. Також така форма спілкування та отримання інформації дозволяє залучити до спілкування одночасно велику кількість людей. Для аналізу інформаційного потоку та порівняння текстів з різних джерел ми розглядаємо та порівнюємо новини з соціальної мереж Twitter та сайту NTV:

«Großbritannien und die USA über ein mögliches Abkommen als Handelspartner. Großbritannien und die USA wollen am Dienstag Gespräche über ein Freihandelsabkommen aufnehmen.» (04.05.2020 NTV) (12)

«Bund und Länder haben die wegen der Coronakrise verhängten Kontaktbeschränkungen in Deutschland grundsätzlich bis zum 5. Juni verlängert. Aber: Künftig sollen sich bundesweit auch Angehörige von zwei Haushalten treffen dürfen.» (06.05.2020 Der Spiegel Politik) (13)

З вище наведених прикладів можна побачити, що тексти мають різну структуру. Для коротких новин з різних онлайн газет чи журналів, інформаційних порталів характерним є наявність заголовку, що взагалі не характерно для Twitter-публікацій.

Така структура пояснюється тим, що заголовок впливає на сприйняття читача, можна сказати інтригує та привертає увагу до конкретного тексту. Таким чином заголовок відіграє важливу функцію – передає основну ідею тексту, тему та проблеми, які порушено в тексті.

У Twitter-повідомленнях цю функцію відіграє сам текст, а заголовок не використовують, аби скоротити текст та зробити його лаконічнішим.

«„Kein Land der Welt hat mehr Covid-19-Tote verzeichnet als wir – das bedeutet, dass irgendjemand die Schuld haben muss. Und es ist eben eine Tradition der amerikanischen Politik, sich gegen China zu wenden“, sagt der US-Völkerrechtler @tomginsburg.» (06.05.2020 Der Spiegel Politik)(14)

«Autor Houellebecq glaubt nicht an bessere Welt nach der Krise

Für den umstrittenen französischen Bestseller-Autor Michel Houellebecq (64) wird die Welt nach der Corona-Krise keine bessere sein. "Wir werden nach der Eindämmung nicht in einer neuen Welt aufwachen; es wird die gleiche sein, nur ein wenig schlimmer", schrieb er in in einem Brief an den Radiosender France Inter.» (04.05.2020 NTV)(15)

Вживання прямої мови є характерним для текстів з обох джерел. Завдяки цьому інформація точно передає сказані автором слова та викликає довіру. Заміна прямої мови непрямою дозволяє скоротити текст.

«Der Abgrund – das ist die Gefahr einer zweiten Welle von Covid-19-Infektionen, die sich eben nicht mehr aus wenigen, übersichtlichen Hotspots heraus verbreiten, schreibt @MariamLau1.» (29.04.2020 Zeit Online Politik)(16)

Приклад 16 містить непряму мову, як бачмо, в порівнянні з попередніми текстами, цей менший за обсягом. Отже, заміна прямої мови є засобом компресії в тексті.

Одним з факторів, який суттєво впливає на сприйняття тексту є його довжина. Довжина тексту не завжди є показником його інформативності, зазвичай це показник граматико-синтаксичних ознак. Чим складніша ця структура, тим довше речення. Іноді складні структури негативно впливають на сприйняття тексту читачем. Згідно з поданими вище прикладами можна побачити, що Twitter повідомлення менші за замітки з сайту новин.

Таблиця 2.1

Об'єм німецькомовних текстів

Джерело	Середня кількість речень	Середня кількість слів
Twitter	1-2	7-30
Інтернет сторінка новин	2-3	18-44

Як можна побачити в таблиці 2.1, середня кількість речень в тексті Twitter-повідомлення складає 2 речення, а кількість слів близько 30, а тексти з NTV довші: в середньому 3 речення та 44 слова.

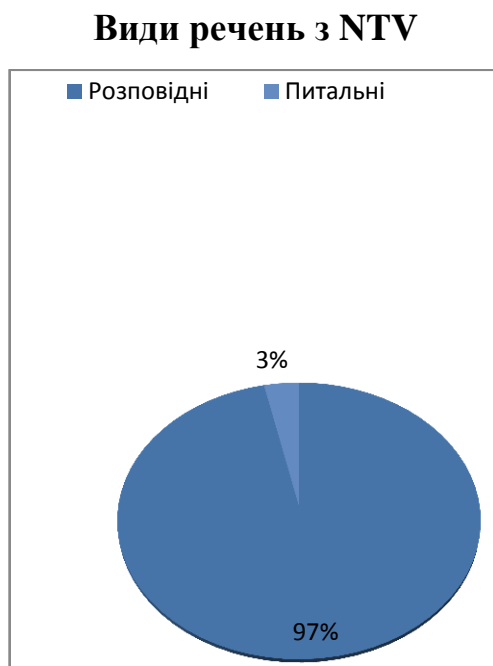
Що ж стосується видів речення за метою висловлювання в Twitter, то 70 % з них розповідні, 26 % - питальні та лише 4% - спонукальні (даграма 2.1).

Діаграма 2.1



У текстах з коротких новин з NTV 90% розповідних речень, 10 питальних. В ході аналізу, речень спонукального не було виявлено (діаграма 2.2)

Діаграма 2.2



Отже, ступінь сприйняття інформації залежить від складу текстів, їх синтаксичній конструкцій. Синтаксис німецьких заміток та повідомлень

можна вважати зрозумілим, так як максимальне ущільнення сприяє оптимальному розумінню новин адресатом. На нашу думку саме тому, Twitter-повідомлення є надзвичайно цікавим матеріалом для подальшого дослідження.

2.2 Текстуальні особливості коротких політичних Twitter-повідомлень

У ході роботи ми розглянемо стилістичні особливості коротких політичних новин з офіційної Twitter-сторінки SPIEGEL Politik та ZEIT ONLINE Politik. Слід наголосити, що тексти новин кардинально відрізняються від інших медіатекстів. Вони реалізують головну мету масової комунікації – інформативну. На семантичному рівні вони мають стійку макро- та мікроструктуру, що відображається в організації потоку інформації. Тексти новин структуруються на основі тем (які висвітлені в будь-якій газеті чи журналі). Коли ж йдеться про новини з сторінок соціальних мереж, існують окремі сторінки для окремих тем, таких як політика, економіка, культура, спорт, тощо (Рис.2.1). Наприклад, ZEIT ONLINE Kultur, ZEIT ONLINE Digital, ZEIT ONLINE Politik, ZEIT ONLINE WISSEN, ZEIT ONLINE Arbeit, ZEIT ONLINE. Тексти, що розміщені на цих сторінках відрізняються лише тематикою, але всі відносяться до публіцистичного стилю.

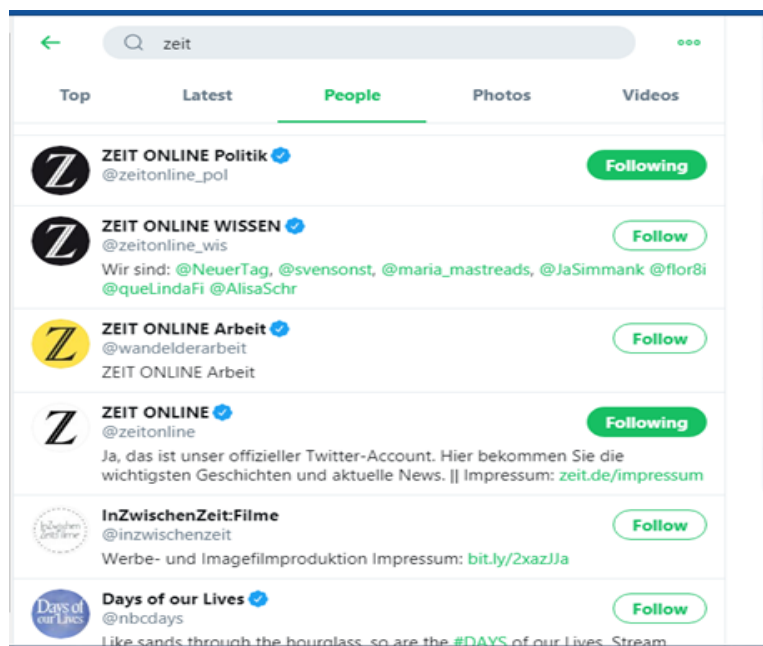


Рис. 2.1

На відміну від он-лайн журналу Zeit на Twitter сторінках немає поділу на підтеми, наприклад розділ Kultur поділяється на підрозділи Literatur, Kunst, Film und TV, Musik (див.рис. 2.2).

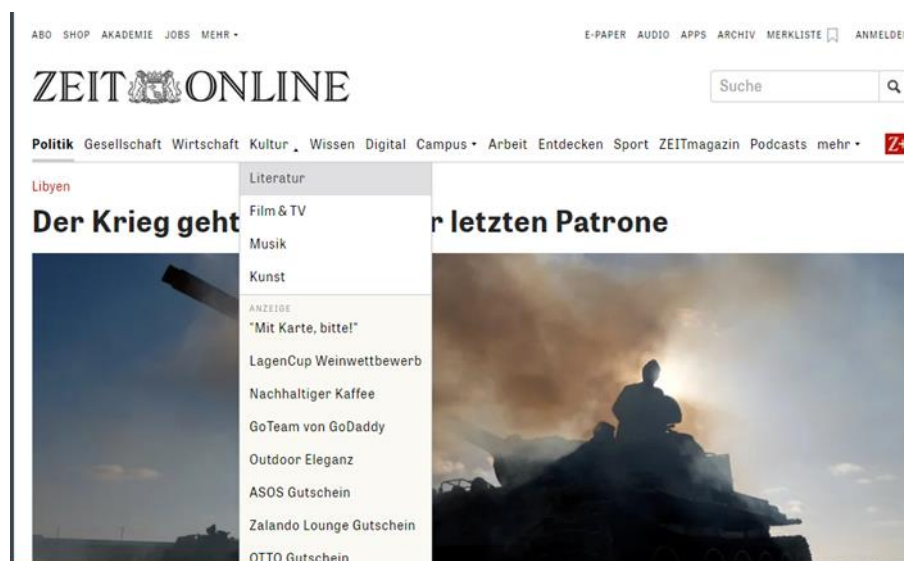


Рис. 2.2

Проаналізувавши тексти ми дійшли до висновку, що в більшості новин синтагматичний малюнок спирається на дієслівне словосполучення, тоді як атрибутивне з'єднання характерне для реклами та аналітичних текстів.

«Ende März trafen sich viele Menschen kaum noch mit Freunden oder Bekannten. Nun zeigen Daten: Die persönlichen Kontakte nehmen deutlich zu.»
(30.04.2020 Der Spiegel Politik) (17)

Синтагматичний аналіз текстів коротких новин дозволяє виділити стійкі групи словосполучень, які часто вживаються в медіатекстах. Наприклад, для заміток, які розповідають про міжнародну політику такі словосполучення як: терористична організація (terroristischen Vereinigung), зустріч на вищому рівні (das Gipfeltreffen), отримати допомоги від держави (Staatshilfen bekommen), бурхливі (гострі) перемовини (heftige Auseinandersetzungen), відмінити рішення (Entscheidung stornieren), незалежні ЗМІ (unabhängige Medien), тощо.

*«Die angeklagten mutmaßlichen Rechtsextremisten müssen sich wegen Mitgliedschaft in beziehungsweise Unterstützung einer **terroristischen Vereinigung** verantworten.»* (27.04.2020 Zeit Online Politik) (18)

*«Bundeswirtschaftsminister Altmaier will, dass Konzerne auf Gewinnausschüttungen und Boni verzichten, wenn sie **Staatshilfen bekommen**, Italien beantragt Hilfen aus dem EU-Stabilitätsfonds. Die #News des Tages zur #Coronakrise»* (27.04.2020 Zeit Online Politik) (19)

*«Besonders **heftige Auseinandersetzungen** habe es im März in #Afghanistan gegeben, als Regierung und Taliban Gespräche über einen Friedensplan aufnahmen.»* (27.04.2020 Zeit Online Politik) (20)

*«Wer über Pfingsten eine Reise ins Ausland gebucht hat, kann diese nach **der Entscheidung des Kabinetts stornieren** und sich dabei auf die Warnung des Auswärtigen Amts berufen. Über die Bewertung der Sommerferien soll erst Mitte Juni entschieden werden.»* (30.04.2020 Der Spiegel Politik) (21)

*«Serbien ist das Land auf dem Westbalkan, das bei rechtsstaatlichen Einschränkungen bisher am weitesten ging. Oppositionspolitiker, Bürgerrechtler und **unabhängige Medien** sprechen nahezu übereinstimmend von einem Verfassungsbruch und einem Staatsstreich.»* (28.04.2020 Der Spiegel Politik) (22)

Було виявлено певні стилістичні прийоми. Перш за все, це художні тропи: порівняння та метафори, їх використовують для впливу на аудиторію. Слід звернути увагу на метафори, за допомогою них журналісти з усього світу можуть відобразити дійсність за допомогою образів.

«In der Coronakrise inszenieren sich Gangs, Kartelle und Terrororganisationen von El Salvador über Italien bis Afghanistan als Retter in der Not. Dahinter steckt Kalkül» (1.05.2020 Der Spiegel Politik) (23)

Метафори можуть підштовхувати людей дивляться на речі або ситуацію під іншим кутом. Чим частіше метафора повторюється в мові, тим глибше вона запам'ятовується. Наприклад, якщо метафора постійно використовується в політичних дебатах протягом тривалого періоду часу і поширюється через засоби масової інформації, вона буде сприйматися слухачем не як «чиста» метафора, а як звичайне словосполучення (загальне розуміння ситуації). Тому вживання метафор в коротких новинах є таким поширеним.

Майже 80% людського мислення – неусвідомлене. Хоча люди думають, що їх мислення повністю усвідомлено і що вони самі вирішують, які висновки зробити, це не так. Більшість не аналізує метафори, а сприймає їх як певні політичні реалії.

Прикладами таких метафор є: гаряча точка, політична арена, інформаційний бум, економічні або ефективні важелі, тощо.

«Ob Schleuser oder Drogenschmuggler, der Abschnitt an der deutsch-französischen Grenze bei Saarbrücken ist mittlerweile ein Hotspot für Kriminelle. Die Bundespolizei versucht regelmäßig, deren Machenschaften in den Griff zu bekommen.» (16.04.2020 Der Spiegel Politik) (24)

«Was Xavier Naidoo seit Jahren im Namen der Popkultur macht, erinnert an das, was die AfD in jüngerer Vergangenheit auf der politischen Bühne vorführt, analysiert @skrobala. Es ist ein Schauspiel, das zwischen Grenzüberschreitungen und Dementi oszilliert.» (14.03.2020 Der Spiegel Politik) (25)

«Angela Merkel nutzt einen wirkungsvollen Hebel als Druckmittel gegen Erdogan: die türkisch-europäische Zollunion.» (17.10.2017 Der Spiegel Politik)(26)

«Zurück auf der politischen Bühne: Hillary Clinton gründet eigene Anti-#Trump-Bewegung.» (16.05.2018 Zeit Online Politik) (27)

Такі метафори можна легко знайти на сторінках світової преси на різних мовах світу.

Велике значення при форматуванні новинних текстів в Інтернеті має гіпертекст, або створення так званої системи світових зв'язків.

Гіпертекст – комп'ютерний спосіб подання інформації; відображуваний на екрані монітора текст містить виділені (кольором) слова, звертання до яких викликає висвітлення подальшої інформації [5].

У поєднанні з сучасними комп'ютерними технологіями високоорганізована система світових зв'язків створює величезні можливості для миттєвого пошуку інформації, який може бути заснований фактично на будь-якому формально-змістовному компоненті тексту, окремому слові або тематично пов'язаному з новинною словосполученні.

Що ж стосується Twitter, то більшість новин мають гіперпосилання на статтю або репортаж на офіційній сторінці он-лайн журналу для зручності читача та отримання розгорнутої інформації з певної теми (див. Рис 2.3, 2.4).



Рис. 2.3 Новина на Twitter сторінці Spiegel Politik



Рис. 2.4 Та ж сама новина на основній сторінці інформаційного сайту Spiegel

Ще одним характерним явищем є використання [#hashtag](#). Twitter дозволяє вам використовувати хештеги, щоб залучити більше аудиторії за цільовою темою і відстежити кількість отриманих твітів.

«Steht ein Mini-Comeback für Gregor [#Gysi](#) bevor? Die Fraktionsspitzen der [#Linken](#) wollen ihn nach Informationen der Deutschen Presse-Agentur als Sprecher für die Außenpolitik vorschlagen.» (01.05.2020 Zeit Online Politik) (28)

«Am Mittwochmorgen hat es einen Brand auf der Baustelle des Berliner [#Stadtschloss](#) gegeben. Eine große Rauchwolke war über Berlin-Mitte zu sehen. Die Feuerwehr brachte das [#Feuer](#) aber unter Kontrolle. [#Berlin](#) [#Humboldtforum](#)» (08.04.2020 Zeit Online Politik) (29)

Також популярним є позначка людини, яку згадано в новині за допомогою символу «[@](#)».

«Die Bundesregierung hat die Voraussetzungen für einen Immunitätspass geschaffen – analog zum Impfpass soll der Immunitätsstatus erfasst werden können. Grünen-Gesundheitspolitikerin [@KirstenKappert](#) sagt: „Ein medizinisch, ethisch und sozialer Irrweg.» (01.05.2020 Der Spiegel Politik) (30)

«Unionsfraktionschef @rbrinkhaus kritisiert den Machtverlust des Bundestags in der Coronakrise und wirft der Bundesregierung problematische Alleingänge vor. „Die Zeit der Schnellschüsse ist jetzt vorbei. Ich werde da langsam unleidlich.“» (23.04.2020 Der Spiegel Politik) (31)

Висновки до 2-го розділу

Медіатекст є невід’ємною частиною повсякдення та має значний вплив на широку аудиторію. Інтернет став джерелом для отримання не тільки отримання фахових знань, а й для того, щоб бути в курсі світових подій. Саме тому більшість провідних інформаційних служб мають сторінки в соціальних мережах.

Ми дослідили та порівняли Twitter-повідомлення та замітки з сайту новин. Короткі тексти мали як спільні, так і відмінні риси. Головною відмінністю було відсутність заголовку в Twitter-повідомленнях. Також кількість речень та слів у текстах відрізняються. Замітки – об’ємніші та несуть більше інформації. Спільним для них є вживання прямої мови. Але в Twitter їх також частіше замінюють непрямою мовою для скорочення об’єму тексту.

Під час детального аналізу Twitter-повідомлень зі сторінок Der Spiegel Politik та Zeit Online Politik було виділено наступні текстуальні характеристики:

1. синтагматичний малюнок спирається на дієслівні словосполучення;
2. велика кількість стійких словосполучень;
3. художні тропи;
4. міжтекстові зв’язки (гіпертекст);
5. використання хештегу та посилання на людей.

3 ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПОЛІТИЧНИХ НОВИН

Інформаційне суспільство диктує правила укладу життя, і можливість цілодобового доступу до інформації є надзвичайно важливою для сучасної людини. Інтернет є джерелом не лише знань з різних галузей та науки, а й різноманітних повідомлень та новин зі ЗМІ. На сьогодні у Всесвітній мережі можна знайти новини з усього світу. У вільному доступі є он-лайн сторінки відомих газет та журналів, які постійно оновлюються. Таким чином користувачі можуть дізнатись, що відбувається наразі в країні та за її межами. Великою популярністю користуються соціальні мережі, їх використовують не тільки для особистісного спілкування, а й для розповсюдження інформації. На нашу думку, такий формат новин на сьогодні є найпопулярнішим та потребує адекватного перекладу.

Більшість соціальних мереж користуються послугами Google Translate, тобто використовують машинний переклад. На жаль, такий переклад є не завжди якісним (див. Рис. 3.1).



Рис. 3.1

Крім того, здійснюючи переклад коротких новин, слід зважати на передачу прагматичного потенціалу повідомлення, який залежить від лінгвокультурних аспектів тексту оригіналу. При перекладі коротких новин слід звернути увагу на:

1. використання прямої та непрямої мови;
2. аббревіатури та скорочення;
3. неологізми;
4. власні назви та лакуни;
5. художні засоби.

3.1 Граматичні складнощі перекладу

Попри те, що пряме цитування не є характерним для коротких новин, оскільки структурна особливість текстів новин в Інтернеті – їх лаконічність – не допускає довгих цитат. Вони є запорукою об'єктивності та неупередженості автора тексту. Якщо вони є в вихідному тексті, то переклад також має їх містити. Наприклад:

«Donald Trump über Steve Bannon: „Als er gefeuert wurde, hat er nicht nur seinen Job verloren, sondern auch seinen Verstand.“» (08.01.2020 Der Spiegel Politik) (32)

«Дональд Трамп про Стіва Беннон: "Коли його звільнили, він не тільки втратив роботу, він втратив здоровий глузд".»

«"Wir erleben ganz außergewöhnliche Zeiten", sagte Angela Merkel in ihrer Regierungserklärung. "Niemand hört das gerne: "Wir leben nicht in der Endphase dieser Pandemie, sondern am Anfang", betonte die Kanzlerin. "Wir werden noch lange damit leben müssen."» (23.04.2020 Der Spiegel Politik) (33)

«"Ми переживаємо досить непрості часи", - сказала Ангела Меркель в своїй заяві перед урядом. "Нікому не подобається це чути: ми знаходимося

не в кінцевій фазі цієї пандемії, а на початку", - підкреслила канцлер. "Нам доведеться жити з цим довгий час."»

Натомість, найчастіше основний зміст передається за допомогою непрямої мови.

«Die Folgen des Klimawandels können Kriege auslösen – Außenminister @heikomaas will dem Kampf gegen drohende Hitze und Dürre nun neuen Schub geben, wie er in einem Gastbeitrag schreibt.» (04.06.2020 Zeit Online Politik) (34)

«Наслідки зміни клімату можуть спровокувати війни – міністр закордонних справ @heikomaas тепер хоче надати новий поштовх у боротьбі з загрозою спеки і посухи, як він пише в своїй статті.»

Як можна бачити вище наведений прикладне має цитати, а зміст переданий прямою мовою. Зазвичай в кінці або на початку новини можна побачити ввідні слова, в німецькій мові це дієслова, іменники та дієслівні сполучення, які характеризують процес висловлення чи мислення. Найбільш вживаними є дієслова та дієслівні конструкції: sagen, schreiben, erklären, betonen, behaupten, meinen, glauben, es heisst, zum Ausdruck bringen, zu verstehen geben та інші. При перекладі їх слід замінити українським відповідником, наприклад, сказав, повідомив, наголосив, розповів, тощо.

Якщо автор хоче ще більше скоротити речення, не вводячи непряму мову дієсловом, він використовує іменникові конструкції з словами: Erklärung, These, Satz, Meinung, Gedanke.

«Donald Trump plant nach Angaben seines Handelsberaters Peter Navarro ein Dekret, das US-Behörden den Kauf von medizinischem Gerät "Made in USA" vorschreibt.» (04.05.2020) (35)

«Дональд Трамп планує, за словами свого торгового радника Пітера Наварро, видати указ, який зобов'язує владу США закуповувати медичне обладнання "Зроблено в США".»

«Deutschlands Exporte nach Iran sind im Januar und Februar 2019 nach Berechnungen des @DIHK_News auf rund 233 Millionen Euro geschrumpft. Im

Vergleich zum Vorjahreszeitraum bedeutet dies ein Minus von 52,6 Prozent. Hauptgrund sind die US-Sanktionen.» (10.05.2020 Der Spiegel Politik) (36)

«За підрахунками @DINK_News, експорт Німеччини до Ірану в січні і лютому 2019 року скоротився приблизно до 233 млн. Євро. Це становить – 52,6 відсотка в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Головна причина – це санкції США.»

3.2 Лексичні особливості перекладу

Наступним аспектом, на який слід вернути увагу є абревіатури та скорочення. У політичних новинах, зазвичай, це назви партій та організацій. Для назв світових організацій є чіткий відповідник у кожній мові, тому не має виникати питань щодо їх перекладу.

«Ein Untersuchungsteam im Auftrag der UNO hat "glaubhafte" Beweise aus mehreren Quellen für Menschenrechtsverletzungen durch vom WWF unterstützte Wildhüter in der Republik Kongo gefunden. Es geht um Vergehen an Mitgliedern des Pygmäenvolks der Baka.» (10.02.2020 Der Spiegel Politik) (37)

«Слідча група, призначена ООН, виявила "надійні" докази з декількох джерел порушень прав людини з боку єгерів в Республіці Конго, які працюють за підтримки Всесвітнього фонду дикої природи. Справа стосується злочинів проти членів племені пігмеїв Бака.»

«Nach dem Schock der Coronakrise zeigt Chinas Wirtschaft dem IWF zufolge Anzeichen einer Normalisierung. Die meisten größeren Unternehmen hätten ihren Betrieb wieder aufgenommen und viele Mitarbeiter seien an ihre Arbeitsplätze zurückgekehrt.» (21.03.2020 Der Spiegel Politik) (38)

«Після потрясіння, викликаного кризою через коронавірус, економіка Китаю демонструє ознаки нормалізації, за даними МВФ. Більшість великих компаній відновили свою діяльність, і багато працівників повернулися на свої робочі місця.»

Якщо ж в контексті трапляються складні та незнайомі аббревіатури, наприклад, VdK та немає пояснення в дужках або далі в тексті, тоді ця обставина вимагає від перекладача знань в даній вузькій професійній сфері.

«Jens Spahns Vorschlag zum höheren Pflegeversicherungsbeitrag für Kinderlose wird von der SPD, dem Deutschen Gewerkschaftsbund und dem Sozialverband VdK kritisiert. Er weist die Kritik zurück.» (10.11.2020 Zeit Online Politik) (39)

У цій політичній новині є загальновживана аббревіатура SPD та скорочення VdK. На нашу думку, труднощі можуть виникнути з перекладом та взагалі розумінням скорочення.

«Пропозиція Йенса Шпана про підвищення страхових внесків соціального страхування для бездітних громадян було піддано критиці з боку СПД, Профспілковій федерації Німеччини та громадського об'єднання «Асоціація жертв війни та військової служби». Політик відкидає критику.»

VdK - Verband der Kriegs- und Wehrdienstopfer (Асоціація жертв війни та військової служби) [25].

Запозичення є невіддільною частиною лексичного складу будь-якої мови. Особливо це актуально і неминуче в епоху глобалізації. Це є закономірна реакція мови на процеси зближення в усіх сферах економічної, соціальної, культурної, моральної і повсякденному житті людської спільноти. Яскравим прикладом цього є неологізація, тобто коли на основі запозичення виникає неологізм. Мовний засіб, який гранично точно й образно називає те чи інше явище, процес або предмет. Наступний приклад демонструє цей спосіб компресії тексту.

«Googeln nach Politikern und Parteien: Sehe ich andere Suchergebnisse als meine Nachbarn?» (25.07.2020 Zeit Online Politik) (40)

«Гуглити (Перегляд результатів пошуку в Гуглі) про політиків і партії: чи бачу я інші результати пошуку, ніж мої сусіди?»

«Kaum jemand würde Hassparolen an eine Moscheewand kritzeln, aber im Web glauben viele Leute, es sei in Ordnung, so etwas zu verbreiten: Der Analyst

John Coyne erklärt, warum [Netiquette](#) nach dem Anschlag von #Christchurch ein Thema sein sollte.» (20.03.2020 Zeit Online Politik) (41)

«Ніхто б не став писати ненависницькі гасла на стіні мечеті, але в мережі багато хто вважає, що поширювати такі речі – це нормально: Аналітик Джон Койн пояснює, чому [мережевий етикет](#) повинен стати проблемою після атаки на #Christchurch.»

« Im Herbst wird in Sachsen, Brandenburg und Thüringen gewählt. CDU-Politiker dort wollen lieber keine [Wahlkampfhilfe](#) von Angela Merkel, schreibt der @DerSPIEGEL» (26.02.2020 Der Spiegel Politik) (42)

«Восени вибори пройдуть в Саксонії, Бранденбурзі і Тюрінгії. Політики ХДС там вважають за краще не користуватися підтримкою Ангели Меркель [під час передвиборчої боротьби](#), пише @DerSPIEGEL»

Сучасний німецькомовні електронний словник Duden.de фіксує слова googeln, Wahlkampfhilfe та Netiquette, а в походженні зазначено, що це запозичення з англійської мови. Використовуючи цей слово googeln, автор спирається на загальновідомого англійського дієслова google, яке практично перейшло вже в усі європейські мови.

А неологізм Netiquette був утворений за допомогою однієї англомовної частини net = Netz (kurz für Internet) та etiquette = Etikette.

Також є неологізми які виникли в наслідок складання двох або декількох німецьких слів, наприклад, Wahlkampfhilfe = der Wahlkampf + die Hilfe або Teuro = teuer + Euro

При перекладі таких неологізми можна передати кількома способами:

- калькою
- напівкалькою
- транслітерацією
- описово

Труднощі перекладу значення слова часто зумовлені відсутністю прагматичного аспекту в словниковому визначенні, зокрема в словниках нових слів. Слід враховувати соціокультурні та історичні умови життя

народу, мовою якого здійснюється переклад. Проаналізувавши неологізми, можна зробити висновок, що переважна більшість сучасних новоутворень містять англійські мовні одиниці.

Знайомство з політичними новинами у Twitter показало, що безеквівалентна лексика присутня в медіатекстах, адже існує необхідність опису подій та передачі місцевих реалій.

Латишев Л. К. називає безеквівалентною лексикою “слова та сталі вирази іноземної мови, які не мають більш менш повних відповідників у вигляді лексичних одиниць (слів та сталих виразів) у мові перекладу” [11, с. 147].

Переклад безеквівалентної лексики є досить складним завданням для будь-якого перекладача, адже він має зберегти національну своєрідність оригіналу та врахувати фонові знання реципієнта перекладу, функціональну роль певної реалії в повідомленні та жанрово-стилістичні особливості матеріалу. Під час перекладу відбувається не тільки зіставлення різних мовних систем, а й зіткнення різних культур.

«Kohlegeegner und Künstler wollen in München gegen die Klimapolitik von Siemens protestieren. Im Zentrum der Kritik steht @JoeKaeser. Eine vorzeitige Abberufung des Konzernchefs dürfte es aber kaum geben.» (02.02.2020 Der Spiegel Politik) (43)

«Противники використання вугілля і художники протестуватимуть у Мюнхені проти кліматичної політики компанії Сіменс. @JoeKaeser знаходиться в центрі критики. Однак передчасне рішення про звільнення генерального директора компанії малоімовірно.»

Під час перекладу новини 43 було використано транслітерацію для передачі власної назви компанії. Також цей спосіб застосовуються при передачі не тільки іншомовних власних назв, географічних назв та назв різних компаній, фірм, а й готелів, газет та журналів. Але цей спосіб не завжди може повністю розкрити значення слова, тому треба ретельно добирати, яку перекладацьку трансформацію краще використати.

Калькування – спосіб дослівного (буквального) перекладу лексичних лакун, який дозволяє перекласти їх зі збереженням семантики слова. Мета цього прийому полягає у перекладі лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин – морфем чи слів (якщо це стійке словосполучення) їх лексичними відповідниками в мові перекладу. Цей спосіб застосовується, коли реалія не підлягає транслітерації [19].

«Belgiens Regierung will eine neue Steuer für den Luftverkehr am 5. März bei einem Treffen der EU-Umweltminister auf die Tagesordnung bringen. Hintergrund ist der Kampf gegen die Klimaerwärmung.» (02.03.2020 Der Spiegel Politik) (44)

«Уряд Бельгії має намір включити до порядку денного 5 березня на зустрічі міністрів навколишнього середовища ЄС новий податок на повітряний транспорт. На другому плані - боротьба з глобальним потеплінням.»

Часто безеквівалентну лексику не можливо адекватно перекласти за допомогою вищезгаданих способів, тоді слід виконати описовий переклад (приклад 44). Однак опис лексичної одиниці має бути не дуже поширеним, максимально близьким до оригіналу та не мати складної структури.

«"Heute wäre ich nicht mehr so gerne Bundestagspräsident", sagt Wolfgang Thierse zum Auftreten der AfD. Vor 29 Jahren tagte der Bundestag erstmals gemeinsam mit frei gewählten Abgeordneten der DDR-Volkskammer.» (03.11.2019 Zeit Online Politik) (45)

«"Сьогодні я б не хотів більше бути президентом Бундестагу", - говорить Вольфганг Тірсе з приводу появи АдН. 29 років тому Бундестаг вперше зібрався разом зі вільно обраними членами народної палати ДДР.»

3.3 Художні тропи

Художні засоби є невід'ємною частиною коротких текстів, за допомогою них можна лаконічно виражати думки. Тропи виражають

найчастіше об'єктивну оцінку та відчуття людини в короткій формі. Це дозволяє журналістам ефективно впливати на аудиторію, іноді такі засоби створюють фамільярну атмосферу, привертаючи там самим увагу до тексту. Саме тому медіатексти зазвичай динамічні та креативні.

Першим стилістичним засобом, який найчастіше вживається в текстах політичних новин є епітет, образне визначення предмета. Як правило, він виражений прикметником та має позитивне значення, наприклад підкреслює позитивні сторони події або підкреслює досягнутий результат.

Під час перекладу епітети зазвичай передаються прикметниками.

«Deutschland verabschiedet sich von seinen Klimazielen bis zum Jahr 2020, so wollen es SPD und CDU. Dahinter steckt Realismus, aber womöglich auch ein gefährliches Beharren auf alten Gewohnheiten, kommentiert @hdambeck» (21.06.2019 Der Spiegel Politik) (46)

«За думку СДПН і ХДС, Німеччина повністю розпрощається з поставленими на 2020 рік цілями в області захисту клімату. За цим стоїть реалізм, але, можливо, і небезпечна прив'язаність до старих звичок, коментує @hdambeck»

«200 Schulen in sozial schwierigen Lagen sollen in den kommenden Jahren gezielt gefördert werden, um die Bildungschancen der Schüler dort zu verbessern. 125 Millionen Euro stellen Bundesbildungsministerium und Bundesländer zu gleichen Teilen zur Verfügung..» (23.10.2019 Der Spiegel Politik) (47)

«200 школам, які знаходяться в соціально несприятливих умовах, в найближчі роки буде надана адресна підтримка для поліпшення освітніх можливостей учнів. Федеральне міністерство освіти і федеральні землі виділять 125 мільйонів євро в рівних частках.»

Метафора у політичних новинах є засобом осмислення політичної реальності які швидко змінюється, крім того за допомогою неї можна переконати читача в правильності політичних поглядів на то чи іншу ситуацію. Дуже важливо, на нашу думку, передати зміст метафори, аби та не втратила свій вплив на реципієнта.

*«Der amerikanische **Schutzschirm** zeigt **Löcher**, derweil Putins Russland nach Westen und Nahost ausgreift. Und was macht die deutsche Außenpolitik?» (31.12.2019 Zeit Online Politik) (48)*

В тексті образ політики, яка наче розкриває захисну парасоллю, точніше захист для народу має дірки. При перекладі українською метафоричний компонент, зазвичай залишають та є їй еквіваленти перекладу. Дуже часто асоціативні процеси у мовах незбігаються. У такому випадку слід обирати переклад у якому зберігається семантика слова або виразу.

У прикладі 48 при перекладі краще одомашнити та замінити парасольку та щит. Така асоціація є типовішою для української мови.

*«Американський **щит** – **дірявий**, в той час як путінська Росія простягає руку допомоги Заходу і Близького Сходу. А що робить німецька зовнішня політика?»*

Також метафори можна перекласти описово, але у ході такого перекладу втрачається сама метафора або замінюється на іншу.

*«Американський **уряд** **утрачає свої позиції**, в той час як путінська Росія простягає руку допомоги Заходу і Близького Сходу. А що робить німецька зовнішня політика?»*

*«90% aller Gesetze “**passieren**” das Bundestagsplenum nur, sie werden ohne Beratung oder nach kurzer Debatte beschlossen» (27.11.2019 Zeit Online Politik) (49)*

Дієслівна метафора passieren має кілька значень: траплятись, відбуватись, іноді перетинати, переправлятись, проходити. Оскільки іменник закон є абстрактним поняттям, він не може рухатись. Отже, ця метафора образно виражає процесуальність, та що відбувається в Бундестазі. Еквівалентом є дієслово походять, оскільки значення слів збігається, а метафоричність зберігається.

*«90% всіх законів “**проходять**” тільки засідання Бундестагу, вони приймаються без обговорення або після коротких дебатів.»*

Досить часто в політичних новинах зустрічається метонімія. У зовнішньополітичних замітках відчутно домінує локальна метонімія. Перенесення з місця на об'єкт та навпаки, зазвичай це назви столиць або країн, іноді будівель замість урядів.

*«Als letztes Bundesland führt **Berlin** ab morgen die Maskenpflicht im Einzelhandel ein.»* (28.03.2020 Der Spiegel Politik) (50)

*«**Берлін** – остання федеративна земля, яка з завтрашнього дня вводить обов'язковий масковий режим в торгових точках.»*

*«**Hamburg** bereitet sich darauf vor, dass in der Coronakrise mehr Platz in Frauenhäusern benötigt wird. Die Stadt sucht in allen Bezirken nach Unterkünften und hat bereits eine derzeit geschlossene kleine Pension gebucht.»* (27.03.2020 Der Spiegel Politik) (51)

*«**Гамбург** готується до того, що під час кризи через коронавірус в притулках для жінок, які страждають від домашнього насилля, буде потрібно більше місця. Місто шукає житло у всіх районах і вже забронював невеликий пансіон, який нині закритий.»*

Як бачимо на прикладах, метонімія повністю калькується та зберігається в тексті перекладу.

Алюзія – це навмисне використання фраз або слів з інших текстів, це ніщо інше як прояв інтертекстуальності. За допомогою цього художнього засобу можна вказати на подію чи людину, відтворити думки які вживались іншим людьми безліч разів, але з іншими цілями та за інших умов.

*«Schiiitische Milizen im Irak: Teherans **trojanisches Pferd**...»* (03.04.2019 Der Spiegel Politik) (52)

*«Шиїтські ополченці в Іраку: **Троянський кінь** Тегерана ...»*

При перекладі алюзії, як і будь-якого іншого художнього засобу слід точно передавати зміст, та в цьому випадку треба знайти точний відповідник, оскільки важливо, щоб цільова аудиторія зрозуміла сенс закладений в інтертекстуальності.

Висновки до 3-го розділу

На сьогодні в Інтернеті мережі можна знайти новини з усього світу. У вільному доступі є он-лайн сторінки відомих газет та журналів, які постійно оновлюються. Популярними інформаційними ресурсами стали соціальні мережі, їх використовують щодня, вони є надзвичайно популярними. Саме тому можна досліджувати інформаційний потік з різних аспектів, саме на основі соціальних мереж.

Twitter-повідомлення перекладають за допомогою Google Translate, на жаль, цей переклад не завжди є адекватним.

Слід зважати на особливості публіцистичного стилю, перш за все на лаконічність викладу інформації та лексичне наповнення, переважно соціально-політичної тематики. Тож крім загальних правил перекладу, треба звертати увагу на образність тексту та не нехтувати авторською стилістикою.

Після проведеного аналізу було виявлено особливості коротких новин, які слід враховувати під час перекладу. Зокрема це:

1. використання прямої та непрямої мови;
2. аббревіатури та скорочення;
3. неологізми;
4. власні назви та лакуни;
5. художні засоби.

Використовуючі правильні перекладацькі трансформації можна досягнути адекватного перекладу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Текст є невід'ємною складовою комунікації та об'єктом дослідження багатьох наук. Мовознавці трактують поняття «текст» по-різному. Ми розглядаємо текст як комунікативну одиницю, структурні елементи якої мають граматичний та тематичний зв'язок. При цьому тексти розподіляються на усні та писемні, монологічні та діалогічні. Окрім того, текст завжди виконує певну комунікативну функцію та відноситься до певного функціонально-стилістичного типу. Усі тексти класифікуються з урахуванням різних аспектів: змісту, лексичного наповнення, сфери вживання, аудиторії, тощо.

Нами було досліджено різновиди медіатекстів: замітка або повідомлення, новина та репортаж. Короткі тексти ми розглядаємо як медіатексти (замітки). Для більш детального дослідження ми обмежилися політичною тематикою медіатекстів.

Ми дійшли висновку, що медіатекст є невіддільною частиною повсякдення та здійснює важливий вплив на широку аудиторію. Медіатекст – це текст масової комунікації, основна мета такого тексту – інформативна.

Нами було розглянуто різні медіатексти: замітки, новини та репортажі. Ми дійшли до висновку, що короткі тексти – замітки та повідомлення, слід дослідити детальніше. Короткий текст – це текст, який має змістову цінність та загальні ознаки тексту, але виражений мінімально одним реченням, а максимально не перевищує сторінку друкованого аркушу.

Ми дослідили та порівняли Twitter-повідомлення та замітки з сайту новин. Короткі тексти мали як спільні, так і відмінні риси. Спільним для них є вживання прямої мови. Але в Twitter їх також частіше замінюють непрямою мовою для скорочення об'єму тексту. Відмінністю було відсутність заголовку в Twitter-повідомленнях та різна кількість речень та слів у текстах. Замітки – об'ємніші та несуть більше інформації.

Під час детального аналізу Twitter-повідомлень зі сторінок Der Spiegel Politik та Zeit Online Politik було виділено наступні текстуальні характеристики:

1. синтагматичний малюнок спирається на дієслівні словосполучення;
2. велика кількість стійких словосполучень;
3. художні тропи;
4. міжтекстові зв'язки (гіпертекст);
5. використання хештегу та посилання на людей.

Під час перекладу коротких політичних новин слід звернути особливу увагу на :

1. використання прямої та непрямої мови;
2. аббревіатури та скорочення;
3. неологізми;
4. власні назви та лакуни;
5. художні засоби.

Хотілося б також відзначити, що, на нашу думку, тема дослідження заслуговує подальшого розгляду, як в теоретичному, так і в практичному аспектах, оскільки існує багато нерозглянутих питань щодо коротких текстів. Подальші дослідження в цій області є важливими та можуть бути пов'язані з детальним вивченням таких стилістичних явищ, як наприклад вживання «денглішу».

ZUSAMMENFASSUNG

Text ist ein integraler Bestandteil der Kommunikation. Aus diesem Grund ist sie Gegenstand der Forschung in vielen Wissenschaften. Als Forschungsobjekt interpretieren viele Linguisten "Text" unterschiedlich. Wir sehen Text als eine kommunikative Einheit, deren Strukturelemente grammatikalisch und thematisch miteinander verbunden sind. Die Texte werden in mündliche und schriftliche, monologische Texte unterteilt. Dabei erfüllt der Text immer eine bestimmte kommunikative Funktion. Man unterscheidet mündliche und schriftliche Texte, monologische und dialogische Texte. Darüber hinaus erfüllt der Text immer eine bestimmte Kommunikationsfunktion und bezieht sich auf einen bestimmten funktional-stilistischen Typen. Alle Texte werden nach verschiedenen Aspekten klassifiziert: Inhalt, lexikalischer Inhalt, Anwendungsbereich, Zielpublikum und dergleichen.

Es wurden verschiedene Arten von Medientexten untersucht: Meldung oder kurze Nachricht, Bericht und Reportage. Wir betrachten kurze Texte als Medientexte (Meldung). Für detailliertere Recherchen haben wir uns auf die politischen Themen von Medientexten beschränkt.

Medientexte sind ein integraler Bestandteil des Alltagslebens und haben eine große Wirkung auf ein breites Publikum. Der Mediatext ist ein Text der Massenkommunikation, der Hauptzweck eines solchen Textes ist informativ.

Verschiedene Medientexte wurden von uns erforscht: Meldung, Bericht und Reportage. Wir sind zu dem Schluss gekommen, dass kurze Texte - Meldung und kurze Nachricht - eingehender erforscht werden sollten.

Kurzer Text ist ein Text, der einen aussagekräftigen Wert und gemeinsame Merkmale des Textes hat, aber in mindestens einem Satz und nicht mehr als der Seite der gedruckten Seite ausgedrückt wird.

Wir recherchierten und verglichen Twitter-Nachrichten von der Nachrichtenseite. Kurze Texte hatten sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede. Was sie gemeinsam haben, ist der Gebrauch der direkten Rede. Aber

auch in der Texten von Twitter-Nachrichten werden sie häufiger durch indirekte Rede ersetzt, um die Textmenge zu reduzieren. Die Unterschiede waren das Fehlen einer Twitter-Überschrift und die unterschiedliche Anzahl von Sätzen und Wörtern in den Texten. Die Notizen sind sehr umfangreich und enthalten weitere Informationen.

Bei der detaillierten Analyse der Twitter-Nachrichten wurden auf den Seiten Der Spiegel Politik und Zeit Online Politik folgende Textmerkmale hervorgehoben:

1. die syntagmatische Zeichnung basiert auf Verbwörtern;
2. eine große Anzahl von stabilen Wortkombinationen;
3. Kunstpfade;
4. zwischentextuelle Links (Hypertext)
5. die Verwendung von Hashtags und Links zu Personen.

Bei der Übersetzung von kurzen politischen Nachrichten wurden folgende Besonderheiten herausgefunden:

1. Verwendung von direkter und indirekter Rede;
2. Akronyme und Abkürzungen;
3. Wortneuschöpfungen;
4. Namen und Lücken;
5. künstlerische Tropen.

Außerdem ist das Thema sowohl in theoretischer als auch in praktischer Hinsicht einer weiteren Betrachtung wert, da es viele offene Fragen zu kurzen Texten gibt. Weitere Forschung in diesem Bereich ist wichtig und könnte mit einer detaillierten Untersuchung solcher stilistischen Phänomene wie der Verwendung von Denglisch verbunden werden.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація, 2013. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/handle/123456789/1922> (дата звернення: 15.03.2020)
2. Ананьєва Л. В. Моделювання змісту навчання професійно-педагогічного діалогу та його реалізація на початковому ступені навчання у мовному вузі. — Іноземні мови. — 2000. — № 4.— С. 22 – 26.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода)/ Л. С. Бархударов. — М.: Международные отношения, 1975. — 240 с.
4. Бісімалієва М. К. Про поняття “текст” та “дискурс” / М. К. Бісімалієва // Филологические науки. — 1999.
5. Гіпертекст // Універсальний словник-енциклопедія. — 4-те вид. — К. : Тека, 2006. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/29/53395/8997.html> (дата звернення: 10.03.2020)
6. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. / Т.М. Дридзе – М.: Издательство «Наука»; Академия наук СССР, Институт социологических исследований, 1984., 232 с.
7. Ибрагимова С. З. Игровой заголовок как зона формирования оценки : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 — русский язык / [Электронный ресурс]. — Махачкала, 2010. — 185 с. — Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/igrovoi-zagolovok-kak-zonaformirovaniya-otsenki> (дата звернення: 10.03.2020)
8. Кафтанджиев Х. Тексты в печатной рекламе.- Москва, Смысл, 1995, 128 с.
9. Ковальова Т. П. Фоностилестичні особливості слоганів німецькомовної комерційної реклами / Т. П. Ковальова // Вісник Житомирського

державного університету імені Івана Франка. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – Вип. 4 (82). – С. 12-18.

10. Комаров Е. Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.20 — сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / [Электронный ресурс]. — Волгоград, 2003. — 187 с. — Режим доступа : <http://31f.ru/dissertation/190-dissertaciya-cennostnye-orientiry-v-zagolovkax-francuzskix-i-rossijskixsredstv-massovoj-informacii.html> (дата звернення: 03.04.2020)
11. Латышев Л. К. Технология перевода. Учебное пособие по подготовке
12. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. / А.А. Леонтьев – М.: Просвещение, 1996. – 214 с.
13. Лінгвістичні особливості текстів малої форми. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://naub.ua.edu.ua/2013/linhvistychni-osoblyvosti-tekstiv-maloji-formy/> (дата звернення: 02.04.2020)
14. Мистецтво монологу. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ua-referat.com/Мистецтво_монологу
15. Мовленнєва комунікація Абрамович, Семен Дмитрович, Чікарькова, Марія Юріївна 2013
<http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/handle/123456789/1922> (дата звернення: 23.03.2020)
16. Мощева С. В. Фонетические особенности оформления печатных рекламных текстов (на материале английского и русского языков). [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.isuct.ru/e-publ/vgf/sites/ru.e-publ.vgf/files/2008/vgf-2008-03-288.pdf>. (дата звернення: 23.03.2020)
17. Негрышев А. А. Языковая игра в новостном медиатексте: референциально-прагматический аспект [Электронный ресурс] // Медiascope: электронный научный журнал факультета журналистики

- МГУ шимени М.В. Ломоносова. — 2010. — №4. — Режим доступа : <http://mediascope.ru/node/669> (дата звернення: 01.04.2020)
18. Стилистичні особливості художніх та публіцистичних текстів. . [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://bookwu.net/book_avtorska-stilistika_995/4_lekcyia-2.-stilistichni-osoblivosti-hudozhnih-ta-publicistichnih-tekstiv (дата звернення: 21.03.2020)
19. Специфіка перекладу без еквівалентної лексики у німецькій мові [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2019/NV_2019_12/41.pdf (дата звернення: 10.03.2020)
20. Труднощі та особливості перекладу німецькомовних рекламних текстів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.confcontact.com/2012_10_24/5_galema.htm (дата звернення: 12.03.2020)
21. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Наталья Ивановна Формановская. – М.: ИКАР, 2007. – 480 с.
22. Щипицина Л.Ю. Стилистика немецкого языка. Часть I. / Щипицина Л.Ю. – Архангельск.: Поморский университет, 2009
23. Яцимірська М. Г. Культура фахової мови журналіста. — Львів: ПАІС, 2004. — 332с.
24. Beispiele für den inneren Monolog [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://wortwuchs.net/innerer-monolog-beispiel/>
25. Albert Busch, Oliver Stenschke, Gunter Narr Germanistische Linguistik, Tübingen Auflage, 2008
26. Das Gespräch: Funktionen, Normen und Strukturen, Autor Bärbel Techtmeier , Akademie-Verlag, 1984
27. Duden [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.duden.de/rechtschreibung/VdK> (дата звернення: 01.04.2020)

28. Grundlagen für lebendige und spannende Dialoge [Elektronный ресурс]. — Режим доступа: <https://karla-schmidt.de/grundlagen-fuer-gute-dialoge/> (дата звернення: 01.04.2020)
29. Hans Jürgen Heringer, Linguistische Texttheorie. Eine Einführung, UTB, 2015 [Elektronный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.onleihe.de/goethe-institut/frontend/mediaInfo,0-0-398188323-200-0-0-0-0-0-0-0-0-0.html> (дата звернення: 4.04.2020)
30. Journalistische Textsorten. Meldung, Nachricht, Bericht [Elektronный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.br.de/alphalernen/faecher/deutsch/2-meldung-bericht-nachricht-journalistische-formen-102.html> (дата звернення: 23.04.2020)
31. Katrin Lindner, Einführung in die germanistische Textlinguistik, 2014
32. Michael Hoffmann, Stil und Text, narr Studienbücher, 2017, [Elektronный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.onleihe.de/goethe-institut/frontend/mediaInfo,0-0-549065088-200-0-0-0-0-0-0-0-0-0.html> (дата звернення: 27.03.2020)
33. Monika Schwarz-Friesel, Einführung in die Textlinguistik, WBG, 2014 [Elektronный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.onleihe.de/goethe-institut/frontend/mediaInfo,0-0-365682109-200-0-0-0-0-0-0-0-0-0.html> (дата звернення: 28.03.2020)
34. Peter Schlobinski, Grundfragen der Sprachwissenschaft (eine Einführung in die Welt der Sprache), UTB, 2014 [Elektronный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.onleihe.de/goethe-institut/frontend/mediaInfo,0-0-363525557-200-0-0-0-0-0-0-0-0-0.html> (дата звернення: 28.03.2020)
35. Rolf Eigenwald, Erika Fischer-Lichte, Reinhard Lüke. Textanalytik. Bayerischer Schulbuch-Verlag, 1978
36. Wolf Schneider, Paul-Josef Raue, Das neue Handbuch des Journalismus. Textsorten, 2007. – 8с.